

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Lična prodaja kao oblik promocije". Rad ima 25 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Marketing i odnosi sa javnošću

Tema: Lična prodaja kao oblik promocije

UVOD

Marketing je poslovna disciplina orijentisana ka praksi, i od posebnog je značaja za poslovanje organizacija u tržišnoj privredi. Značaj marketinga naročito dolazi do izražaja u savremenim uslovima globalizacije tržišta i jake konkurencije u svim aspektima poslovanja.

Cilj je da objasni osnovne postavke marketinga, instrumente na kojima počiva, kao i način primene tih instrumenata, i uopšte načine da se marketing primeni u poslovanju, ali i generalno u raznim oblastima ljudskog života i rada. Širina i karakter marketinga i način njegove upotrebe u fokusu su izučavanja. Naravno polazna i završna tačka u posmatranju jesu potrošači, ka kojima je svaka poslovna aktivnost i okrenuta.

Promocija je proces komuniciranja između preduzeća i okoline (potrošača) sa ciljem da se stvori pozitivan stav o proizvodima i uslugama koji vodi ka njihovom favorizovanju u procesu kupovine na tržištu. Komunikacije mogu biti masovne i pojedinačne, lične i bezlične, prema tome koja je promotivna aktivnost (ili nekoliko njih) uključena u proces komuniciranja s određenim primaocem poruke. Promociju kao instrument marketinga, definisali smo kao skup specifičnih oblika komuniciranja. Promocija se u stvari sastoji od nekoliko različitih grupa aktivnosti, a svima je zajedničko to što im je osnovni sadržaj komunikacija. Sve ove promocijne aktivnosti, posmatrane zajednički u upravljačkim kordinatama, nazivamo promocioni miks. U promocioni miks spadaju:

oglašavanje

lična prodaja

unapređenje prodaje

odnosi sa javnošću.

U ovom radu će mo obratiti pažnju na ličnu prodaju kao jedan od delova promociionog miksa. U kraćim crtama obradićemo sve segmente koji je čine i potrebno ih je sastaviti u celinu da bi lična prodaja bila uspešna i izvršila svoj zadatak.

Na kraju rada daćemo rezime i naše viđenje ovog dela marketinške aktivnosti kao zaključak.

1.PRIRODA I OBLICI LIČNE PRODAJE

Lična prodaja se sastoji iz individualnog, ličnog komuniciranja, nasuprot masovnom, bezličnom komuniciranju propagande, unapređenja prodaje i drugih promocijnih sredstava. Ona je deo

promocije koji uključuje usmenu prezentaciju u konverzaciju sa jednim ili više perspektivnih kupaca za svrhu ostvarivanja prodaje. Lična prodaja ostaje veoma ljudski intenzivna aktivnost, uprkos korišćenju tehnologije. Uloga lične u promocijskom miksu je da uspostavi i održava dinamičan i fleksibilan odnos komuniciranja između strana u marketing razmeni. Lična prodaja se razlikuje od PR i propagande delom po tome što je dinamička, a ne statička. Dinamička iz razloga što prodajni dijalog omogućava svim učesnicima da se odmah prilagode informacionim i ličnim potrebama drugih. Ona je fleksibilna po tome što prodavac može da sastavi svoju poruku da odgovara određenim potrebama za svaki kontakt. Kompetentni prodavac tako može da otkrije i apeluje na razlike među kontaktima, dok su poruke masovnog komuniciranja zasnovane na sličnostima između tržišnih segmenata. Dobar prodavac ne nastoji da proda robu kupcu, već pre da mu pomogne da kupi, prezentirajući mu prednosti i nedostatke njegovog proizvoda i pokazujući kako će on da zadovolji njegovu potrebu. U slučajevima gde firma svoje proizvode plasira do krajnjeg kupca indirektno, preko grosista i detaljista, prodajna operativa ima svoju bitnu ulogu iza scene. Ona radi na pridobijanju njihove podrške i da im pomogne da budu efikasniji u prodaji njihovih proizvoda.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com